

ENRICHING COMPANY PROFILE SEBAGAI PENUNJANG MEDIA INFORMASI DAN PROMOSI PADA PERGURUAN TINGGI RAHARJA

Lusyani Sunarya¹

Radiyanto²

Erna Susanti³

e-mail : lusyani@raharja.co,radiyanto@yahoo.com,Ernasusanti@yahoo.com

Diterima : 3 Juli 2013 / Disetujui : 23 Agustus 2013

ABSTRACT

Pada dasarnya kemajuan teknologi pada bidang komputerisasi khususnya multimedia kian hari semakin berkembang dan telah mendorong terjadinya arus globalisasi. salah satunya adalah perkembangan media informasi dan promosi yang digunakan sebagai alat bantu komunikasi dalam penyampaian suatu data yang diolah menjadi bentuk media yang lebih spesifik dan berguna bagi masyarakat. Perguruan Tinggi Raharja selalu berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik sesuai dengan kebutuhan dan tuntutan zaman, termasuk dalam proses belajar-mengajar. Jumlah mahasiswa yang semakin meningkat mengakibatkan sumber daya dan fasilitas-fasilitas yang ada selalu berkembang sesuai dengan kebutuhan dan kemajuan teknologi. Seperti halnya buku company profile Perguruan Tinggi Raharja yang sudah ada pada saat ini perlu diperbaharui dan dikembangkan sesuai dengan kemajuan sistem dan fasilitas yang ada pada Perguruan Tinggi Raharja sebagai sarana media penyampaian informasi dan promosi yang mampu mengemas seluruh aset yang dimiliki dalam menjalin relasi atau kerjasama baik dengan lingkup intern, mitra usaha, dan masyarakat. Buku company Profile tersebut bertujuan untuk memberikan nilai lebih dalam menerapkan strategi pemasaran, dengan harapan dapat berguna dan memiliki nilai tambah dalam media informasi dan promosi pada Perguruan Tinggi Raharja.

Kata Kunci : Informasi, Promosi, dan Company Profile.

1. Dosen Jurusan Teknik Informatika, STMIK Raharja

Jl. Jend Sudirman No. 40 Modern Cikokol-Tangerang Telp. 5529692

2. Dosen Jurusan Teknik Informatika, AMIK Raharja Informatika

Jl. Jend Sudirman No. 40 Modern Cikokol-Tangerang Telp. 5529692

3. Mahasiswa Jurusan Teknik Informatika, STMIK Raharja

Jl. Jend Sudirman No. 40 Modern Cikokol-Tangerang Telp. 5529692

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi pada saat ini sudah sangat cepat dan maju, salah satunya adalah perkembangan media informasi dan promosi yang digunakan sebagai alat bantu komunikasi dalam penyampaian suatu data yang diolah menjadi bentuk media yang lebih spesifik dan berguna bagi masyarakat.

Sehubungan dengan hal tersebut, maka penggunaan media informasi dan promosi dapat memberikan manfaat yang sangat besar, baik dalam kualitas maupun nilai informasi yang disampaikan. Sehingga dalam penyajian informasi yang dibutuhkan dapat diperoleh dengan cepat, tepat, dan lengkap tanpa harus melalui proses yang berulang-ulang. Salah satunya adalah media informasi dan promosi dalam bentuk buku *company profile* yang dapat menggambarkan suatu profil perusahaan, atau suatu lembaga pendidikan secara lengkap dan terperinci.

Perguruan Tinggi Raharja selalu berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik sesuai dengan kebutuhan dan tuntutan zaman, termasuk dalam proses belajar-mengajar. Jumlah mahasiswa yang semakin meningkat mengakibatkan sumber daya dan fasilitas-fasilitas yang ada selalu berkembang sesuai dengan kebutuhan dan kemajuan teknologi. Seperti halnya buku *company profile* Perguruan Tinggi Raharja yang sudah ada pada saat ini perlu diperbaharui dan dikembangkan, mulai dari *design* dan isi *cover* depan, halaman pembuka, *contents*, sambutan Ketua STMIK Raharja dan Direktur AMIK Raharja Informatika, Sejarah Perguruan Tinggi Raharja, Visi dan Misi, tujuan dan motto, arti nama dan warna logo, kunci sukses dan maskot Raharja, Dasa nilai luhur pribadi Raharja, Status Akreditasi, Keunggulan Manajemen Raharja, Keunggulan Perguruan Tinggi Raharja, Program Studi, Dosen Pengajar, Kerjasama, Beasiswa, Organisasi kemahasiswaan, Fasilitas-fasilitas yang ada pada Perguruan Tinggi Raharja, kesan dan pesan alumni Perguruan Tinggi Raharja, dan *cover* belakang yang akan disesuaikan dengan kemajuan sistem dan fasilitas yang ada pada Perguruan Tinggi Raharja sebagai sarana media penyampaian informasi dan promosi yang mampu mengemas seluruh aset yang dimiliki dalam menjalin relasi atau kerjasama baik dengan lingkup *intern*, mitra usaha, dan masyarakat.

LANDASAN TEORI

1. Pengertian *Enriching*

Menurut Kamus Besar Bahasa Inggris (2010 : 40) *Enriching* berasal dari kata *rich* yang artinya kaya. *Enriching* adalah memperkaya suatu barang atau meningkatkan dari suatu produk sebelumnya. Dalam pengertian lain *enriching* adalah

meningkatkan suatu produk dari segi kekurangan produk tersebut agar hasil yang diinginkan tercapai dan terpenuhi.

2. Pengertian Buku

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008 : 25) buku mempunyai arti yaitu lembar kertas yang berjilid, berisi tulisan atau kosong.

Sedangkan menurut *Oxford Dictionary* buku mempunyai arti sebagai hasil karya yang ditulis atau dicetak dengan halaman-halaman yang dijilid pada satu sisi ataupun juga merupakan suatu hasil karya yang ditujukan untuk penerbitan. Sedangkan menurut *the face dictionary*, buku adalah kumpulan dari suatu tulisan yang kemudian dicetak atau berupa halaman-halaman kosong yang dijilid, pada satu sisi yang dilindungi oleh kertas yang tebal yang melindungi sebagai *cover*.¹

3. Pengertian Company Profile

Menurut Maimunah dkk. dalam jurnal CCIT Vol.5 No.3 (2012 : 284) *company profile* adalah sebuah aset suatu lembaga atau perusahaan yang dapat digunakan untuk meningkatkan suatu image atau citra dari perusahaan untuk menjalin kerja sama dengan relasi perusahaan, lembaga dan instansi yang terkait lainnya.

Menurut Lusyani Sunarya S.Sn dalam Diktat Mata Kuliah Desain Karakter and Modeling (2010 : 45) *company profile* adalah Sebuah aset suatu lembaga atau perusahaan yang biasa digunakan sebagai tanda pengenal dalam melakukan komunikasi baik dan kerjasama dalam lingkup intern perusahaan maupun dengan kolega, mitra usaha ataupun pihak-pihak terkait lainnya diluar lingkungan perusahaan tersebut.

Secara umum identitas yang biasa dipergunakan sebagai tanda pengenal suatu lembaga ataupun perusahaan dalam bentuk sebuah buku yang berisi mengenai latar belakang perusahaan secara keseluruhan, aset-aset perusahaan, visi-misi perusahaan, struktur organisasi, alur kerja perusahaan secara keseluruhan, serta aset perusahaan secara keseluruhan yang dimuat dalam bentuk buku *company Profile*.

Company profile tersebut sebagai aset perusahaan yang dipegang dan dimiliki oleh setiap perusahaan atau lembaga. Dimana *company profile*, selain sebagai aset perusahaan juga berfungsi sebagai tanda atau identitas dari perusahaan dalam menjalin kerjasama atau relasi yang baik dengan perusahaan, lembaga, atau instansi terkait lainnya.

4 Konsep Dasar Media

a. Pengertian Media

Menurut Drs. Sugeng Widada pada Diktat Mata Kuliah Aplikasi Program Komputer Mavib 1 (2010 : 20) Media adalah sarana untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada public dengan menggunakan berbagai unsur komunikasi grafis seperti teks, gambar, atau foto.

Menurut Maimunah dkk. dalam jurnal CCIT Vol.5 No.3 (2012 : 284) Media adalah sarana untuk menyimpan pesan atau informasi kepada *public* dengan menggunakan berbagai unsur komunikasi grafis seperti teks atau gambar atau foto. Menurut Dewi Immaniar Desrianti dkk. dalam jurnal CCIT Vol.5 No.2 (2012 : 223) Media adalah segala bentuk yang digunakan untuk menyalurkan informasi. Media adalah saluran penyimpanan pesan komersial kepada khalayak sasaran atau dapat dikatakan salah satu komunikasi periklanan yang dilakukan melalui saluran media tertentu, seperti televisi, surat kabar, majalah, radio, internet, buku profil, media luar ruangan, iklan transit dan *direct mail*.

b. Alternatif Media

Menurut Sugeng Widada dkk. dalam jurnal CCIT Vol. 3 No.2 (2010 : 225), Macam-macam media komunikasi grafis dapat di kelompokkan sebagai berikut :

- Media Komunikasi Cetak atau visual, contohnya poster (dalam dan luar), stiker, sampul buku, pembungkus, selipat (folder), selebaran (*leaflet*), amplop dan kop surat, tas belanja, katalog, iklan majalah dan surat kabar.
- Media Luar Ruangan, contohnya seperti spanduk (*banner*), papan nama, umbul-umbul, *neon box*, *neon sign*, *billboard*, baliho, mobil books.
- Media Elektronik, contohnya radio, televisi, internet, film, program video, animasi komputer.
- Tempat Pajang (*Display*), contohnya etalase (*window display*), *point of purchase*, desain gantung, *floor stand*.
- Barang Kenangan, contohnya kaos, topi, payung, gelas, aneka souvenir, tas, dan sebagainya.

5 Konsep Dasar Informasi

a. Pengertian Data

Menurut McLeod dalam bukunya Yakub (2012 : 5) “Data adalah deskripsi kenyataan yang menggambarkan adanya suatu kejadian (*event*), data terdiri dari fakta (*fact*) dan angka yang secara relatif tidak berarti bagi pemakai”.

Data adalah sesuatu yang belum mempunyai arti bagi penerimanya dan masih memerlukan adanya suatu pengolahan. Data bisa berupa suatu keadaan, gambar, suara, huruf, angka, matematika, bahasa ataupun simbol-simbol lainnya yang bisa kita gunakan sebagai bahan untuk melihat lingkungan, obyek, kejadian ataupun suatu konsep.²

b. Pengertian Informasi

Bahwa Gordon B. Davis mendefinisikan “Informasi adalah data yang telah diproses kedalam suatu bentuk yang mempunyai arti bagi si penerima dan mempunyai nilai nyata dan terasa bagi keputusan saat itu atau keputusan mendatang”.

Tetapi pengertian informasi dalam sistem informasi menjadi terbatas, bahwa informasi dalam sistem informasi harus dipahami atau dimengerti (jelas).

Menurut Maimunah dkk. dalam jurnal CCIT Vol.5 No.3 (2012 : 284) “Informasi adalah data yang telah diolah menjadi sebuah bentuk yang lebih berarti bagi penerimanya, dan bermanfaat dalam mengambil sebuah keputusan”.

Menurut McLeod dalam bukunya Yakub (2012 : 8) Informasi adalah data yang diolah menjadi bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi yang menerimanya, informasi disebut juga data yang diproses atau data yang memiliki arti.

c. Jenis-jenis Informasi

Menurut O’Brien dalam bukunya Yakub (2012 : 15) jenis-jenis informasi dijelaskan sebagai berikut :

1. Informasi manajerial

Informasi strategis untuk manajerial tingkat atas, informasi taktis untuk manajerial tingkat menengah, dan informasi operasional untuk manajerial tingkat bawah.

2. Sumber informasi

Sumber informasi dibagi, menjadi informasi internal dan eksternal. Informasi internal adalah informasi yang menggambarkan keadaan (*profile*), sedangkan informasi eksternal adalah informasi yang menggambarkan ada tidaknya perubahan di luar organisasi. Informasi ini biasanya lebih banyak digunakan untuk kegiatan-kegiatan manajerial tingkat atas.

3. Informasi rutinitas

Informasi rutinitas, dibagi menjadi informasi rutin dan insidental. Informasi rutin digunakan secara periodik terjadwal dan digunakan untuk penanggulangan masalah rutin, sedangkan informasi insidental diperlukan untuk penanggulangan masalah khusus.

PEMBAHASAN

Pada saat ini media informasi yang digunakan oleh Perguruan Tinggi Raharja sebagai sarana promosi adalah salah satunya berupa buku *company profile*, dimana buku *company profile* ini berisi mengenai sejarah, visi dan misi, status akreditasi, mutu kualitas, prestasi akademik, sampai dengan keunggulan-keunggulan dari masing-masing jurusan, serta fasilitas sarana dan prasarana yang ada di Perguruan Tinggi Raharja. Namun, seiring dengan perkembangan jaman Perguruan Tinggi Raharja selalu meningkatkan pelayanan dan fasilitas-fasilitas terbaik yang sesuai dengan kebutuhan dan kemajuan teknologi. Sehingga informasi yang ada pada buku *company profile* sudah tidak *up to date* dengan aset yang ada pada Perguruan Tinggi Raharja saat ini.

1. Perkembangan Produk

Oleh sebab itu, agar lebih lengkap dan menarik perhatian serta dapat membangun *image* atau citra dari Perguruan Tinggi Raharja buku *company profile* yang ada pada saat ini harus disesuaikan dengan perkembangan teknologi yang ada pada Perguruan Tinggi Raharja mulai dari sejarah, visi dan misi, status akreditasi, mutu kualitas, prestasi akademik, sampai dengan keunggulan-keunggulan dari masing-masing jurusan, serta fasilitas sarana dan prasarana. Sehingga *design* dan isi informasi dari setiap halaman yang ada pada buku *Company Profile* sesuai dengan citra, sistem, dan fasilitas yang ada pada Perguruan Tinggi Raharja saat ini dan memberikan nilai lebih sebagai program untuk menentukan dan mencapai tujuan dalam mengimplementasikan promosinya.

2. Material Produk

Dalam mengimplementasikan karyanya berupa Media Komunikasi Visual penulis menggunakan material produk yang didalamnya terdapat beberapa media sebagai berikut :

Tabel 1. Material Produk Pembuatan Buku Company Profile

Jenis Produk	Material Produk
Media Informasi dan Promosi	PC
	Kamera SLR
	Kertas Art Carton 225 Gram
	Kertas Art Carton 100 Gram

3. Spesifikasi Produk

Agar lebih lengkap dan menarik perhatian serta dapat membangun image atau citra dari Perguruan Tinggi Raharja, maka media informasi dan promosi dalam bentuk desain komunikasi visual yang digunakan yaitu berupa buku *company profile*, diharapkan dapat memberikan banyak manfaat baik bagi masyarakat luas. Adapun manfaat, kelebihan, dan kekurangan dari buku *company profile* yaitu sebagai berikut :

a. Manfaat

- Dapat menjadi media informasi dan promosi yang efektif dan efisien
- Memperoleh kemitraan dengan relasi dan masyarakat
- Dikenal masyarakat luas
- Meningkatkan citra Perguruan Tinggi Raharja.

b. Kelebihan

- Menghemat waktu dalam proses penyampaian informasi.
- Mudah dimengerti oleh konsumen.
- Lebih menarik karena tampilan desain yang menarik

c. Kekurangan

- Mudah rusak
- Proses produksi yang sulit
- Proses produksi yang cukup lama
- Biaya produksi cukup besar

4. Market Analisis

Market analisis adalah investigasi terdokumentasi dari pasar yang digunakan untuk menginformasikan kegiatan perencanaan instansi terutama sekitar keputusan persediaan, pembelian, perluasan tenaga kerja, fasilitas, pembelian peralatan modal, kegiatan informasi dan banyak aspek lain dari instansi.

5. Market Positioning

Positioning merupakan penempatan pesan dibenak *audience*. Pada celah mana suatu *image* atau citra “pesan” mengenai produk, jasa, ide atau gagasan akan diposisikan di dalam benak konsumen, relatif terhadap penawaran pesaingnya.

Perguruan Tinggi Raharja adalah suatu badan usaha yang bergerak dibidang pendidikan, yang terletak di Jl. Jend. Sudirman No. 40 Modern-Cikokol Tangerang. Secara geografis, letak Perguruan Tinggi Raharja sangat strategis, karena terletak ditengah jantung Kota Tangerang, sehingga mudah dituju dari berbagai akses jalan. Sebelum merencanakan program pemasaran, Perguruan Tinggi Raharja mengidentifikasi siapa konsumen sasarannya dan bagaimana proses keputusannya.

Melalui analisis pasar perlu diidentifikasi peran setiap orang dalam pengambilan keputusan, hal ini sangat penting karena mempunyai implikasi dalam merancang media, menentukan pesan-pesan komunikasi, dan mengalokasikan anggaran promosi. Sehingga, Perguruan Tinggi Raharja dapat memilih, mengembangkan dan mengkomunikasikan konsep positioning yang dipilih.

Dalam target *marketing* Perguruan Tinggi Raharja menentukan segmentasi pasar yaitu mengidentifikasi dan membentuk kelompok konsumen (calon mahasiswa baru, mahasiswa transfer, relasi, dan masyarakat) yang terpisah-pisah yang mungkin membutuhkan pola pemasaran tersendiri, kemudian memilih satu atau lebih segmen yang dianggap paling potensial dan menguntungkan serta mengembangkan program pemasaran yang dirancang khusus untuk segmen-segmen yang dipilih tersebut, yaitu dengan melakukan negosiasi, presentasi, pemberian *doorprize* dan *merchandise* sebagai pihak sponsor.

6. Informasi fisik

Informasi fisik, dapat diartikan susunan yang terdiri dari perangkat keras, perangkat lunak dan tenaga pelaksanaan yang secara bersama-sama saling mendukung untuk menghasilkan suatu produk, dan sistem informasi dari segi fungsi merupakan suatu proses berurutan dimulai dari pengumpulan data dan diakhiri dengan komunikasi.

KONSEP DESAIN

Perencanaan Media

Dalam hal ini, konsep media yang diajukan adalah pengembangan media informasi dan promosi dalam bentuk sebuah buku *company profile* yang berukuran 21 x 29.7 cm. Buku ini berisi *cover* depan, *back cover* depan, *contents*, sambutan Ketua STMIK Raharja dan Direktur AMIK Raharja Informatika, Sejarah Perguruan Tinggi Raharja, Visi dan Misi, tujuan dan motto, arti nama dan warna logo, kunci sukses dan maskot Raharja, Dasa nilai luhur pribadi Raharja, Status Akreditasi, Keunggulan Manajemen Raharja, Keunggulan Perguruan Tinggi Raharja, Program Studi, Dosen Pengajar, Kerjasama, Beasiswa, Organisasi kemahasiswaan, Fasilitas-fasilitas yang ada pada Perguruan Tinggi Raharja, kesan dan pesan alumni Perguruan Tinggi Raharja, *Green Campus Map* dan *cover* belakang. Semua isi yang terkait dalam pengembangan buku *company profile* tersebut dikemas dengan menggunakan pengembangan kreatif desain grafis.

1. Tujuan Media

Tujuan dari pengembangan media buku *company profile* ini adalah sebagai salah satu sarana media informasi untuk mempromosikan detail profil Perguruan Tinggi Raharja kepada Calon mahasiswa baru, mahasiswa transfer, relasi dan masyarakat yang ingin lebih mengetahui informasi mengenai profil Perguruan Tinggi Raharja. Dari pengembangan media Buku *company profile* ini diharapkan dapat menjangkau dan meningkatkan target yang diinginkan.

2. Strategi Media

Dalam menunjang nilai efektifitas media informasi dan promosi adalah dengan menggunakan bentuk media buku *company profile*. hal tersebut secara visual untuk memenuhi 3 aspek sasaran yaitu :

Geografi : Wilayah Kabupaten dan Kota Tangerang serta Propinsi Banten.

Demografi :

- Jenis Kelamin : Pria & Wanita
- Kelas Ekonomi : Menengah
- Sasaran : 1. Calon mahasiswa baru
2. Mahasiswa Transfer
3. Relasi
4. Masyarakat

Psikografi : Calon mahasiswa baru, mahasiswa transfer, relasi dan masyarakat yang ingin lebih mengetahui informasi mengenai profil Perguruan Tinggi Raharja.

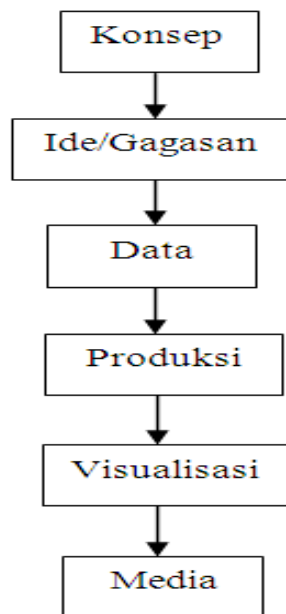
3 Program Media

Dalam melakukan pengembangan media informasi dan promosi berupa buku *Company Profile* Perguruan Tinggi Raharja terdapat beberapa mekanisme dan ketentuan proses yang harus dilalui untuk disesuaikan dengan perkembangan Perguruan Tinggi Raharja. Maka Program media informasi dan promosi berupa buku *company profile* akan diimplementasikan dalam waktu jangka panjang.

Perencanaan Pesan (Konsep Kreatif)

Konsep kreatif yang akan dituangkan dalam Pengembangan media informasi dan promosi ini adalah berupa ide-ide kreatif berdasarkan data-data obyek yang diperoleh dari Perguruan Tinggi Raharja, yang kemudian akan diolah menjadi sebuah buku *company profile* yang berkesan sesuai dengan citra atau image Perguruan Tinggi Raharja serta tampilan-tampilan gambar yang secara kreatif akan diolah dan

ditata sesuai dengan kebutuhan pesan yang direncanakan oleh pihak Perguruan Tinggi Raharja sehingga dapat meningkatkan target mahasiswa baru yang diinginkan.



Gambar 1. Bagan konsep produksi media

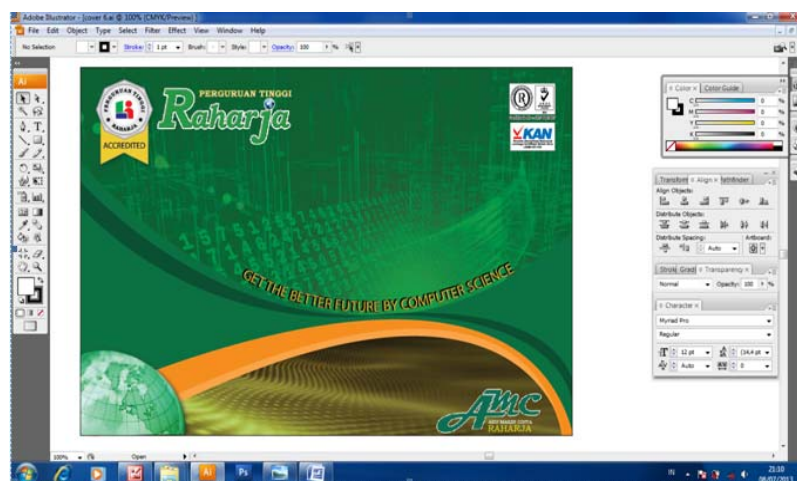
- a. Konsep adalah hasil karya berupa pemikiran yang menentukan tujuan-tujuan, kelayakan segment atau audience yang dituju. Konsep bisa didapatkan dari pihak non-grafis, antara lain ekonomi, politik, hukum, budaya, dan lain-lain yang bisa menterjemahkan kedalam bentuk budaya visual.
- b. Ide / Gagasan adalah untuk mencari ide yang kreatif diperlukan studi banding, wawasan yang luas, diskusi, wawancara.
- c. Data adalah berupa teks atau gambar terlebih dahulu harus kita pilih dan seleksi. Apakah data itu sangat penting sehingga harus tampil atau kurang penting sehingga bisa ditampilkan lebih kecil, samara, atau dibuang.
- d. Produksi adalah Setelah desain selesai, maka desain sebaiknya lebih dahulu di proofing (print preview sebelum cetak mesin). Jika warnanya dan komponen grafis lain tidak ada kesalahan, maka desain anda siap diperbanyak.
- e. Visualisasi adalah Memperjelas maksud dari tampilan gambar, dengan memadukan pemilihan warna, teks, layout yang sesuai dengan ide yang akan dibuat.

- f. Media adalah untuk mencapai sasaran/ segment yang dituju, diperlukan studi kelayakan media yang cocok dan efektif untuk mencapainya. Media bisa berupa cetak, elektronik, luar ruang, dll.

Perencanaan Visual

Desain buku *company profile* yang ingin dikembangkan oleh penulis yaitu menampilkan buku *company profile* dengan kesan *Hi-Tech*, *simple*, dan *elegant* diantaranya tata letak (*layout*), warna, tipografi dan gambar yang tetap mempertahankan *Image* dari perguruan Tinggi Raharja. warna – warna khas seperti warna Hijau merupakan identik dengan Perguruan Tinggi Raharja dan desain yang diolah menggunakan kombinasi warna lain yang senada. Untuk gambar, penulis menggunakan gambar atau *image* dan foto-foto yang di ambil dan diolah dengan menggunakan gabungan beberapa *software* pendukung yaitu *Adobe Photoshop CS3* dan *Adobe Illustrator CS3* sebagai sarana dalam menyampaikan strategi kreatif.

1. Layout Komprehensif Cover depan



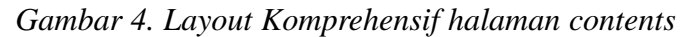
Gambar 2. Layout Komprehensif Cover depan

Pada desain cover *company profile* ini menggambarkan konsep bernuansa IT dan background berwarna hijau sesuai dengan citra atau *image* dari Perguruan Tinggi Raharja.

2. Layout Komprehensif halaman pembuka



3. *Layout* Komprehensif halaman *Contents*



88 Vol.7 No.1 - September 2013

4. Layout Komprehensif halaman sambutan Ketua STMIK Raharja



Gambar 5. Layout Komprehensif sambutan Ketua STMIK Raharja

Halaman ini merupakan halaman sambutan dari ketua STMIK Raharja, pada halaman ini menampilkan foto dari Ketua STMIK Raharja.

5. Layout Komprehensif halaman sambutan Direktur AMIK Raharja Informatika



Gambar 6. Layout Komprehensif sambutan Direktur AMIK Raharja Informatika

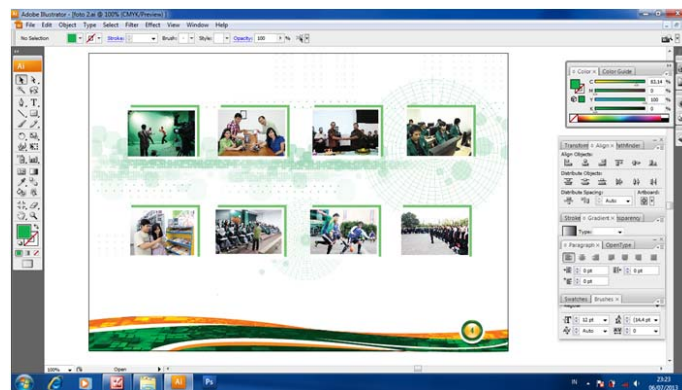
Halaman ini merupakan halaman sambutan dari Direktur AMIK Raharja Informatika, pada halaman ini menampilkan foto dari Direktur AMIK Raharja Informatika dengan background berwarna hijau sesuai dengan citra dari Perguruan Tinggi Raharja.

6. *Layout* Komprehensif halaman gambar profile Perguruan Tinggi Raharja



Gambar 7. *Layout* Komprehensif halaman Gambar Profile Raharja

Pada halaman ini merupakan tampilan foto-foto dari profile Perguruan Tinggi Raharja.



Gambar 8. *Layout* Komprehensif halaman Gambar Profile Raharja (lanjutan)

Pada halaman ini merupakan tampilan foto-foto dari profile Perguruan Tinggi Raharja.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisa yang dilakukan pada Perguruan Tinggi Raharja, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Untuk mengembangkan media informasi dan promosi berupa buku *company profile* yang efektif dan komunikatif yaitu dengan cara memperbarui dan mengembangkan *design* dan isi dari informasi yang akan disampaikan dan disesuaikan dengan kemajuan sistem dan fasilitas yang ada pada Perguruan Tinggi Raharja sebagai sarana media penyampaian informasi dan promosi yang mampu mengemas seluruh aset yang dimiliki oleh Perguruan Tinggi Raharja agar mudah diterima oleh masyarakat.
2. Dalam penyajian informasi yang sesuai harus dikemas dengan *design* dan tampilan yang menarik agar dapat menggambarkan profil Perguruan Tinggi Raharja secara lengkap dengan menampilkan beberapa foto mulai dari aktivitas mahasiswa sampai fasilitas yang ada di Perguruan Tinggi Raharja sehingga dapat menarik minat para calon mahasiswa baru, mahasiswa transfer, relasi dan masyarakat. Untuk mendapatkan sebuah design yang sesuai dengan Perguruan Tinggi Raharja harus disesuaikan dengan citra atau image perguruan tinggi raharja yaitu sebagai kampus yang mengedepankan teknologi informasi dan *green campus*.
3. Dalam melakukan pengembangan buku *company profile* isi dan design diperbaharui malai dari cover depan, isi, hingga backcover sehingga dapat menciptakan kesan yang baru dari tampilan buku *company profile* Perguruan Tinggi Raharja tanpa harus menghilangkan ciri khas design yang sesuai dengan citra atau image dari Perguruan Tinggi Raharja.
4. Dengan adanya pengembangan buku *company profile* Perguruan Tinggi Raharja diharapkan dapat memberikan kontribusi dan nilai tambah dalam media informasi dan promosi yang sesuai target yang telah ditetapkan oleh divisi pemasaran (marketing) dalam pencapaian penerimaan mahasiswa baru pada Tahun Akademik 2012/2013 mentargetkan jumlah penerimaan mahasiswa baru mencapai 760 calon mahasiswa baru.

DAFTAR PUSTAKA

1. Supardi, M.D, 2006. Metodologi Penelitian, Mataram : yayasan cerdas press
2. M. Nazir, 2003. Metode penelitian, jakarta, ghalia indonesia, cet. Ke-5. Hal 27.
3. <http://flashnet.forumotion.com/t43-pengertian-data-dan-informasi>

4. Binanto, Iwan. 2010. Multimedia Digital (Dasar Teori dan Pengembangannya). Yogyakarta : ANDI Yogyakarta
5. Guritno, Suryo, Sudaryono dan Untung Rahardja. 2011. Theory and Application Of IT Research. Yogyakarta: Andi.
6. Hendratman, Hendi. 2010. Tips N Trik Computer Grapics Design, Bandung : Informatika Bandung
7. Maimunah, Lusyani Sunarya, Nina Larasati. 2012. Media Company Profile Sebagai Sarana Penunjang Informasi dan Promosi. Journal CCIT Vol.5 No.3 – Mei 2012. Tangerang: Perguruan Tinggi Raharja.
8. Mulyanto, Agus. 2009. Sistem Informasi Konsep dan Aplikasi. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
9. Nurrahman, Birawan Dwi.2008. Perancangan Media Profil Tentang Biografi Drs. Po. Abas Sunarya, M.Si. Tangerang:Perguruan Tinggi Raharja
10. Sunarya, Lusyani. 2010. Diktat Mata Kuliah Desain Karakter and
11. Modeling. Hal.7 Tangerang: Perguruan Tinggi Raharja.
12. Supriyono, Rakhmat. 2010 Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi. Yogyakarta : Andi
13. Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi.
14. Widada, Sugeng. 2010. “Diktat Mata Kuliah Nirmana”, Tangerang: Perguruan Tinggi Raharja.
15. Yakup. 2012. Pengantar Sistem Informasi. Yogyakarta :Graha Ilmu.
16. Andi, Yogyakarta. Video Editing dengan Ulead VideoStudio, Wahana Komputer, Semarang, 2009 halaman 32-42.
17. Arya. Panduan Lengkap Adobe Photoshop 7.0,
18. Restu Agung, Jakarta,2005, halaman 1 dan 23 Brosur,Perguruan Tinggi Raharja. Visi dan Misi (2009)
19. Depdikbud. 1975
20. Jumhur, I. dan Surya, Muh. 1985
21. Kawanusa Popular Education Media Center.htm - Memahami Video Komunitas. Tahun 2008 Maulana,
22. Onong96, Quality of Information. Tahun 1996.
23. Pujiriyanto, Desain Grafis Komputer (Teori Grafis Komputer), Andi, Yogyakarta, 2005 halaman 87-91.
24. Sunarya, Lusyani. S.Sn., Materi kuliah Desain Karakter dan Modelling., Perguruan Tinggi Raharja, Tangerang, (2007) halaman 1-2
25. Sunarya, Lusyani. S.Sn., Materi kuliah Desain Karakter dan Modelling., Perguruan Tinggi Raharja, Tangerang, (2010) halaman 4
26. Sunarya, Lusyani. S.Sn., Diktat Mata Kuliah Teknik Penulisan Kreatif MAVIB ,Perguruan

- a. Tinggi Raharja, Tangerang, 2008 halaman 22-25.
27. Tjiptono, Fandi, Strategi Pemasaran, hal. 220-221
28. Widada, Sugeng, Drs., Materi Kuliah Pengantar Multimedia, Perguruan Tinggi Raharja, Tangerang,
29. Widada, Sugeng, Drs., Materi Kuliah Nirmana, Perguruan Tinggi Raharja, Tangerang, 2006 halaman 3-8
30. Widada, Sugeng. Drs., Materi Kuliah Metodologi Penelitian dan Riset Media, Perguruan Tinggi Raharja, Tangerang, 2008
31. Widada, Sugeng, Drs., 2010, Materi Kuliah Aplikasi Program Komputer MAVIB 1, Tangerang : Perguruan Tinggi Raharja
32. Rahardja, Untung, Sugeng Widada, Dewi Imaniar Destrianti. 2010. KPM
33. Sebagai Pedoman Produksi Media MAVIB (Multimedia Audio Visual and Broadcasting). Journal CCIT Vol.3 No.2 – Januari 2010. Tangerang: Perguruan Tinggi Raharja.